

報道関係者各位

株式会社コンピュータ・ニュース社

〒113-0033 東京都文京区本郷 3-18-14本郷ダイヤビル6F

TEL 03-4236-5200

FAX 03-3818-3006

本件に関するお問い合わせは下記をお願いします。

BCN総研 森 英二

<http://www.computernews.com/marketview>

FOMAの認知度と購入意欲のギャップ 料金体系やエリア拡大が普及の鍵

BCN総研は、東名阪のパソコン大手販売会社12社（エイデン、大塚商会＝ランド、グッドウィル、コンプ100満ボルト、コンプマート、CSKエレクトロニクス＝T・ZONE、上新電機、ソフマップ、九十九電機、ニノミヤ、ピックピーカン、ワンダーコーポレーション＝50音順）549店舗（2001年11月1日現在）の日次販売データをデイリーで収集し配信するBCNランキングを公表しています。このデータをもとに、PCリテール市場の動向を分析したニュース配信を行っています（毎月第2、第4金曜日の発行となります）。

株式会社コンピュータ・ニュース社（本社：東京都文京区、代表取締役 奥田喜久男）の市場調査部門であるBCN総研で、FOMAについてアンケート調査を行ったところ、認知度は8割強と高かったが、購入意欲は5割強となった。購入したくない理由は料金の高さをあげる回答が多かった。

BCN総研ではホームページ上でFOMAに関するアンケート（調査期間：12月7日～12日、有効回答数：1,536人）を行った。その結果FOMAの認知度は81.4%と高かった。

FOMAの機能で関心が高かった点は「クリアな通話品質」の75.8%、次いで「高速データ通信」（65.3%）となり電話としての機能強化に関心が集まった（図1）。一方、携帯電話で初めて実現した「TV電話」（56.1%）や「全角5,000文字のiモードメール」（54.2%）についてはそれほど関心度は高くなかった。

認知度や関心度は高いが購入意欲は51.7%と消極的な回答者も少なくない。そこで購入したくない理由を聞いたところ、「料金が高そう」が57.2%と最も高く、「電話番号を変えたくない」が33.6%となった。iモード開始時の混乱が影響し、「サービス開始早々なので不安」（28.2%）との回答もあがっている。料金体系の不透明さや現在の利用環境のまま移行できない点に対する回答者の不満がうかがえる。こうした不満点の解消がFOMAの普及に不可欠であるといえる。

[回答者のプロフィール] 「調査期間」/2001年12月7日～12日 「調査方法」/ホームページ「WebBCN」上でのアンケート 「有効回答数」/1,536人 性別/男性 57.9% 女性 42.1% 「年齢」/20歳未満4.2% 20～30歳未満24.7% 30～40歳未満37.5% 40～50歳未満25.7% 50歳以上7.9% 「PC歴」/1年未満2.0% 1～3年未満22.8% 3～5年未満18.1% 5～10年未満29.5% 10～15年未満12.9% 15～20年未満8.3% 20年以上6.4%

図1 FOMAの機能に関する関心度（複数回答）

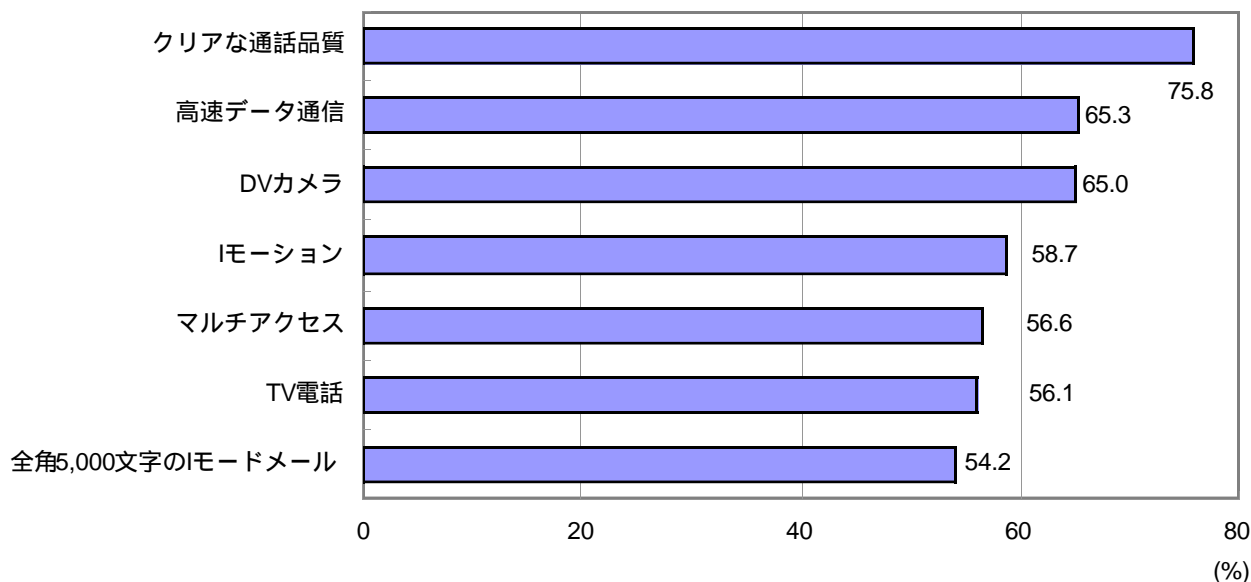
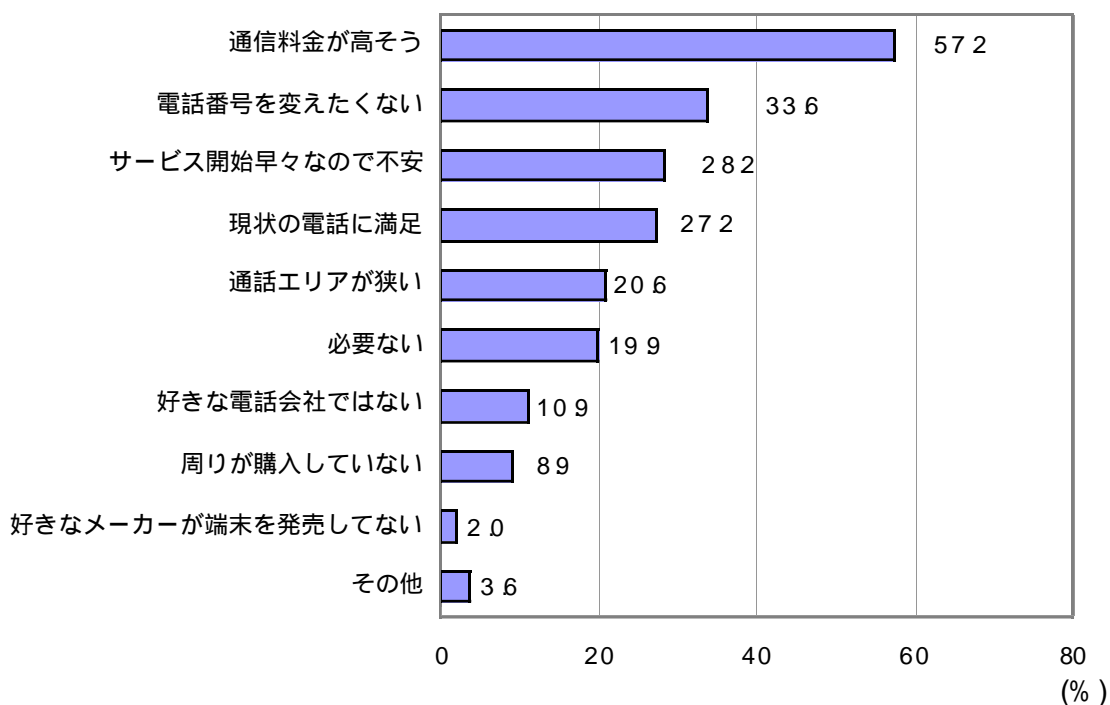


図2 購入したくない理由（複数回答）



* 本リリースについて、今後メールでの配信をご希望の方がいらっしゃれば、対応させていただきます。森までご連絡下さい (emori@bcn.co.jp)。